

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1990/91

Mac/April, 1991

AMU303 - STRATEGI PENGEDARAN

Masa : [3 jam]

ARAHAN

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **TIGA** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan.

Jawab **LIMA** soalan. Jawab **SEMUA** soalan daripada Bahagian A dan pilih **TIGA** soalan daripada Bahagian B.

BAHAGIAN A

Jawab **SEMUA** soalan.

1. Apakah institusi-institusi yang berlainan dalam pengedaran dan peranan? Bagaimanakah mereka melaksanakan kelima-lima aliran pemasaran yang utama?

[20 markah]

2. Bagaimanakah fungsi peruncit-peruncit berbeza daripada pemborong? Adakah kedua-dua mereka ini dikehendaki dalam pengedaran.

[20 markah]

AMU303

BAHAGIAN B

Jawab TIGA soalan sahaja.

3. Terangkan jenis-jenis peruncit yang ada di Malaysia dan bincangkan tentang produk-produk yang diedarkan oleh mereka.

[20 markah]

4. Strategi pemasaran sesuatu syarikat akan mempengaruhi strategi pengedaran. Apakah 2 jenis utama strategi pengedaran dan bagaimanakah mereka mempengaruhi pemilihan saluran.

[20 markah]

5. Apakah yang boleh difaham oleh anda dengan rekabentuk dan struktur pengedaran? Apakah 3 objektif utama dalam rekabentuk dan struktur pengedaran.

[20 markah]

6. Apakah yang dikatakan "Kuasa dan konflik dalam pengedaran"? Bagaimanakah syarikat pemasaran menjaga keseimbangan di antara konflik dan kuasa dalam dagangan runcit.

[20 markah]

7. Pemberian francais adalah satu kaedah yang selamat dalam peruncitan. Beri sebab-sebab dan keterangan kenapa anda bersetuju atau tidak dengan pernyataan ini.

[20 markah]

AMU303

8. Produk perindustrian dan produk pengguna selalunya diedar secara berlainan. Adakah pernyataan ini benar? Kalau ia benar atau tidak, bincangkan kenapa anda fikir sedemikian. Beri penjelasan anda dengan mengaitkan kepada sesuatu formulasi strategi.

[20 markah]

---ooo0000ooo---